



TIỀN PHONG TRONG NGÀNH SỮA VIỆT NAM

Giới Thiệu Doanh Nghiệp

Bản cập nhật mới nhất: 11/08/2026

TỔNG QUAN ĐẦU TƯ - VINAMILK

Đầu tàu ngành sữa Việt Nam với lợi nhuận bền vững, dòng tiền dồi dào và dư địa tăng trưởng chọn lọc



Thống lĩnh thị trường

Doanh nghiệp sữa hàng đầu Việt Nam, thuộc Top 36 toàn cầu về quy mô doanh thu, với độ nhận diện thương hiệu cao và mạng lưới phân phối rộng khắp toàn quốc



Lợi nhuận bền vững

Duy trì biên lợi nhuận ổn định ngay cả khi nhu cầu tiêu dùng suy yếu nhờ lợi thế quy mô và quản trị chi phí chặt chẽ



Nền tảng tài chính vững mạnh

Bảng cân đối kế toán lành mạnh, đảm bảo cổ tức ổn định đồng thời duy trì đầu tư cho tăng trưởng



Tăng trưởng chiến lược

Vinamilk tiếp tục đẩy mạnh chiến lược cao cấp hóa, đồng thời mở rộng hiện diện quốc tế và khai thác các cơ hội tăng trưởng mới



- 1 | **Tổng Quan Vĩ Mô & Ngành Sữa Việt Nam**
- 2 | **Vinamilk: Vị Thế Tiên Phong Vượt Trội**
- 3 | **Các Lợi Thế Cạnh Tranh |
Củng Cố Vị Thế Dẫn Đầu**
- 4 | **Chiến Lược & Động Lực Tăng Trưởng**
- 5 | **Kết Quả Tài Chính & Thu Nhập Cổ Đông**



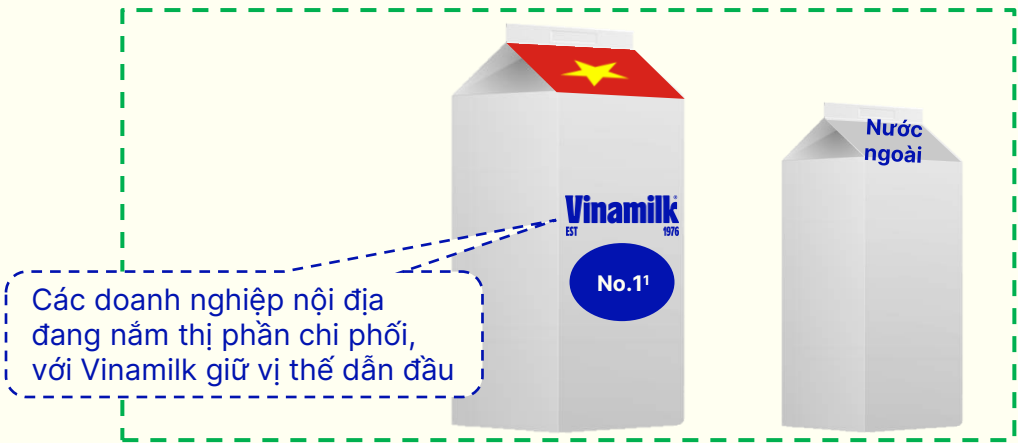
01

Tổng Quan Vĩ Mô & Ngành Sữa Việt Nam

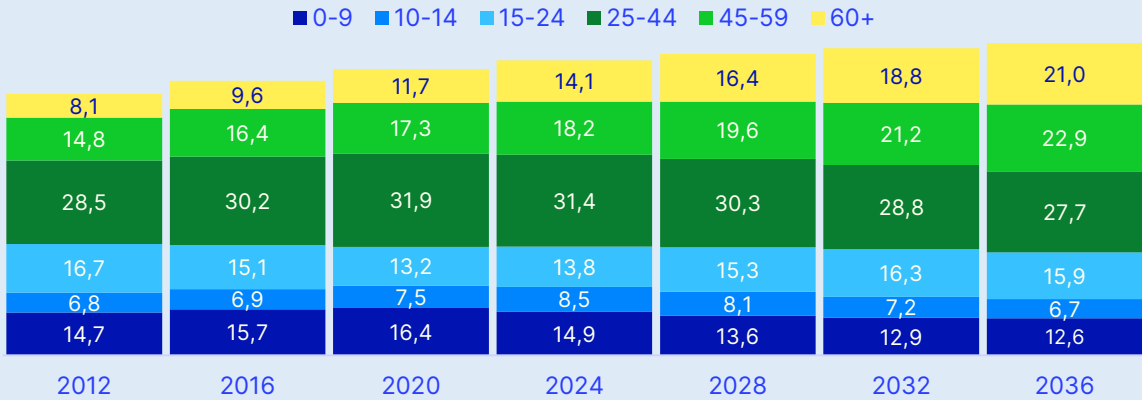
Vĩ Mô & Ngành Sữa Việt Nam

Một thị trường sôi động có quy mô 5 tỷ USD mỗi năm

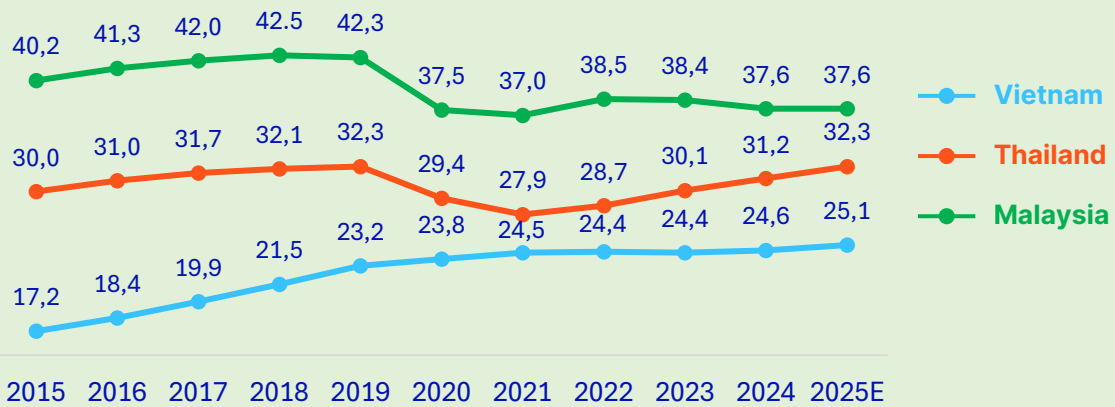
Vị thế trên thị trường



Giai đoạn dân số vàng được dự báo duy trì thêm một thập kỷ (triệu người)²



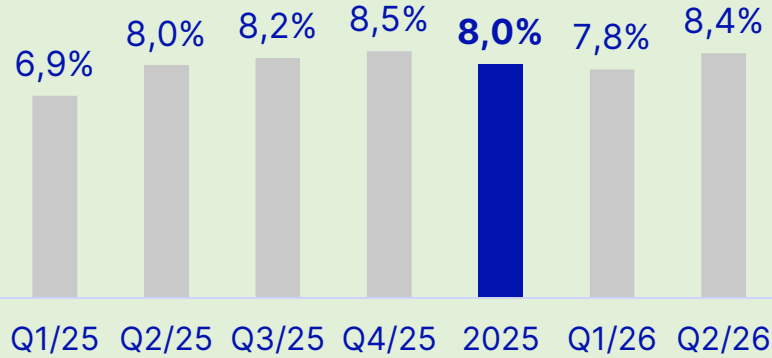
Tiêu thụ sữa tại Việt Nam thấp hơn nhiều so với các nước trong khu vực³



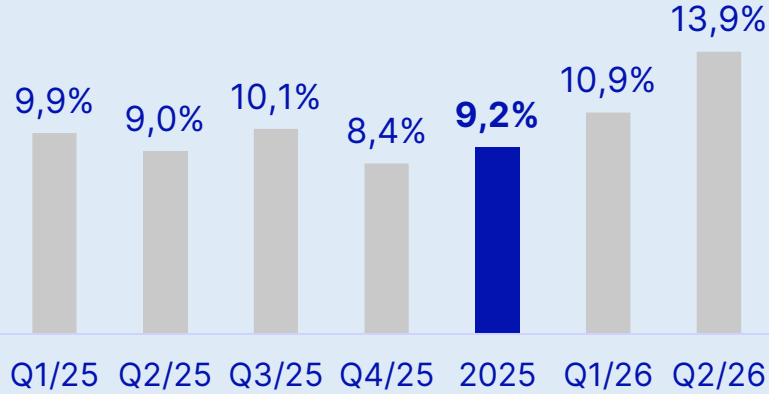
Vĩ Mô & Ngành Sữa Việt Nam

FMCG duy trì đà tăng khiêm tốn, trong khi ngành sữa cho thấy tín hiệu cải thiện

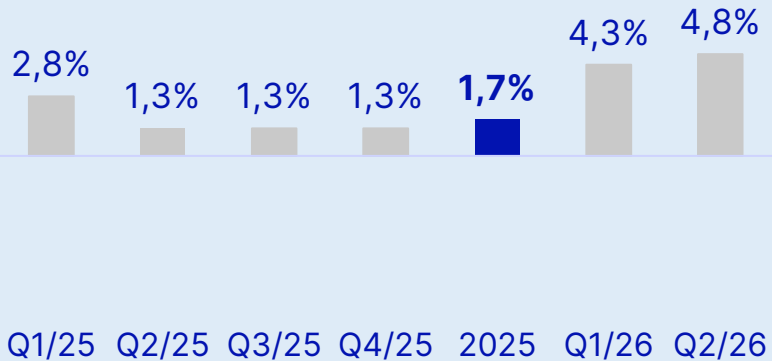
Tăng trưởng GDP¹



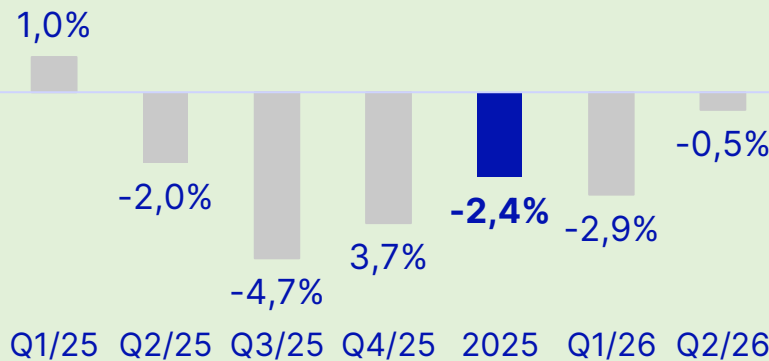
Tăng trưởng bán lẻ và dịch vụ¹



Ngành hàng tiêu dùng nhanh²



Ngành sữa²



Điểm nhấn:

- **Tăng trưởng ngành hàng tiêu dùng nhanh (FMCG)** năm 2025 trì trệ, nhưng đã phục hồi đáng kể trong nửa đầu năm 2026.
- **Ngành sữa** tiếp tục đối mặt với khó khăn do sức mua yếu, tuy nhiên, thị trường đã ghi nhận cải thiện tích cực hơn trong Q2/2026.
- Mặc dù nhu cầu trong ngắn hạn vẫn còn trầm lắng, các xu hướng mang tính cấu trúc như nâng cao nhận thức về sức khỏe, dinh dưỡng cá nhân hóa và sự ưu tiên đối với các thương hiệu nội địa đáng tin cậy tiếp tục có lợi cho các doanh nghiệp dẫn đầu thị trường quy mô lớn, với bảng cân đối tài chính vững mạnh và năng lực đổi mới cao.

Vĩ Mô & Ngành Sữa Việt Nam

Triển vọng dài hạn của ngành sữa cho thấy tiềm năng tăng trưởng dồi dào

MỤC TIÊU 2030	
12–14%/năm	Tăng trưởng ngành sữa bình quân hàng năm
4,2 tỷ lít	Sản lượng sữa lỏng chế biến
2,6 tỷ lít	Sản lượng sữa tươi nguyên liệu trong nước (Đáp ứng 60-65% nhu cầu)
245.000 tấn	Sản lượng sữa bột năm (tăng trưởng 7-8% năm)
40 lít/người	Mức tiêu thụ bình quân sữa, sản phẩm sữa

TẦM NHÌN 2045	
5–6%/năm	Tốc độ tăng trưởng ngành sữa bình quân
9,7 tỷ lít	Sản lượng sữa lỏng chế biến
8 tỷ lít	Sản lượng sữa tươi nguyên liệu trong nước (Đáp ứng 80-85% nhu cầu)
415.000 tấn	Sản lượng sữa bột năm (tăng trưởng 3-4% năm)
100 lít/người	Mức tiêu thụ bình quân sữa, sản phẩm sữa



02

Vinamilk: Vị Thể Tiên Phong Vượt Trội

Về Vinamilk

Vị thế lý tưởng để nắm bắt các cơ hội dài hạn trên thị trường

1976

Thành lập

2003

Phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng (IPO)

2005

Xây dựng hệ thống trang trại bò sữa đầu tiên tại Việt Nam

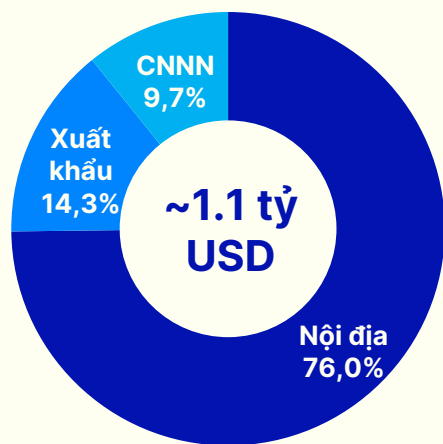
2023-2026

Tái định vị thương hiệu & Top 5% thương hiệu mạnh nhất toàn cầu

2013-2014

Mở rộng chiến lược tại Campuchia và Hoa Kỳ để tăng cường hiện diện quốc tế

Doanh thu theo khu vực¹



15

Trang trại bò sữa

130K

Số lượng bò sữa đang khai thác

3 TỶ USD

Giá trị thương hiệu²

17

Nhà máy

65

Quốc gia xuất khẩu

~10K

Nhân viên



Về Vinamilk

Định hướng phát triển và các cam kết cốt lõi



Tầm nhìn

- Trở thành biểu tượng niềm tin hàng đầu Việt Nam về sản phẩm dinh dưỡng và sức khỏe phục vụ cuộc sống con người



Sứ mệnh

- Cam kết mang đến cho cộng đồng nguồn dinh dưỡng và chất lượng hàng đầu bằng chính sự trân trọng, tình yêu và trách nhiệm cao của mình với cuộc sống con người và xã hội



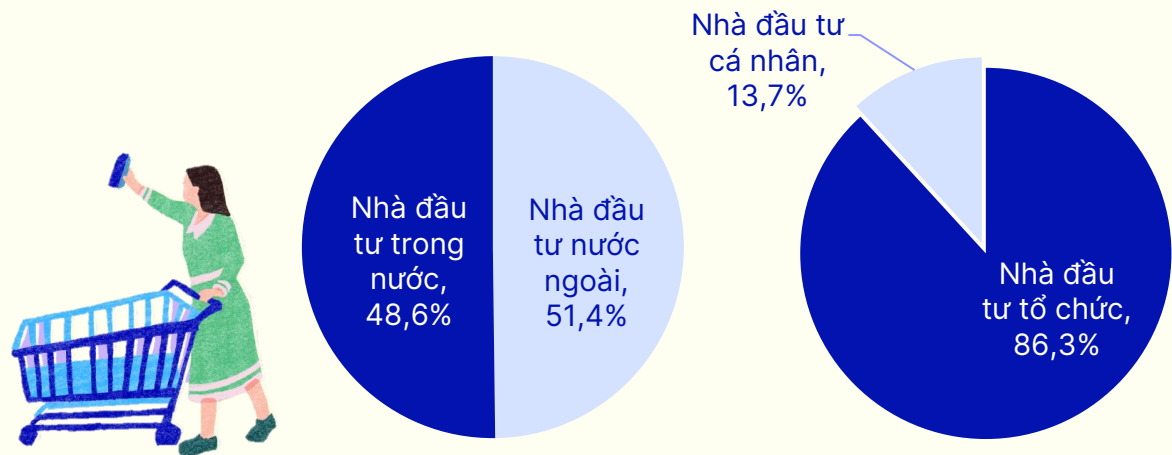
Lời hứa

- Không ngừng tìm kiếm các đối tác phù hợp trên toàn thế giới để mang về các nguyên liệu an toàn, đạt chất lượng quốc tế và phương pháp sản xuất tiên tiến nhất.
- Truyền thông chân thật và trực diện về chất lượng nguyên liệu và sản phẩm.
- Chủ động thử thách và hoàn thiện sản phẩm ở chất lượng cao nhất

Cổ phiếu có thanh khoản cao, cơ cấu cổ đông đa dạng

2006	Niêm yết trên sàn GDCK Tp.HCM (HOSE)	4,7 tỷ USD	Vốn hóa ¹
33%	Lượng cổ phiếu trôi nổi ²	100%	Tỷ lệ sở hữu tối đa của nhà đầu tư nước ngoài
12 triệu USD	Giá trị giao dịch bình quân ²	~7,5%	Lợi tức cổ phiếu 1 năm ³

Tỷ lệ sở hữu theo nhóm nhà đầu tư³



STT	Danh sách 20 cổ đông tổ chức lớn nhất ³	Sở hữu (%)
1	State Capital Investment Corporation (SCIC)	36,0%
2	F&N Dairy Investments Pte. Ltd.	22,29% ⁴
3	F&NBev Manufacturing Pte. Ltd.	2,7%
4	Platinum Victory Pte Ltd.	2,51% ⁵
5	Pzena Emerging Markets Value Fund	1,6%
6	Employees Provident Fund Board	1,5%
7	Seafarer Overseas Growth and Income Fund	1,2%
8	Hostplus Pooled Superannuation Trust	0,7%
9	Vietnam Enterprise Investments Limited	0,7%
10	Vaneck Vietnam ETF	0,6%
11	Pension Reserves Investment Trust Fund	0,6%
12	Invesco Funds	0,6%
13	Stichting Depositary APG Emerging Markets Equity Pool	0,5%
14	City of New York Group Trust	0,5%
15	Sei Institutional Investments Trust World Equity Ex-US Fund	0,4%
16	Pudential Vietnam Assurance Private Limited	0,4%
17	State of Minnesota	0,3%
18	Lumen Vietnam Fund	0,3%
19	Tianhong Vietnam Thematic Fund(QDII)	0,3%
20	Fubon FTSE Vietnam ETF	0,3%

Ghi chú: ¹Tại ngày 30/06/2026; ²Vinamilk ước tính; ³Tại ngày 29/06/2026. Số lượng cổ phiếu đang lưu hành 2.089.955.445; ⁴Plantinum đã bán 4,6% cho F&N Dairy Investments Pte Ltd vào tháng 12 năm 2025; ⁵Plantinum tiếp tục giảm tỷ lệ sở hữu vào tháng 3/2026



03

Lợi Thế Cạnh Tranh | Củng Cố Vị Thế Dẫn Đầu

A. Chuỗi Giá Trị Tích Hợp Quy Mô Lớn “Từ Trang Trại Đến Cửa Hàng”

B. Thương Hiệu Vững Mạnh & Năng Lực Đổi Mới

C. Quản Trị Doanh Nghiệp & Phát Triển Bền Vững

A. CHUỖI GIÁ TRỊ TÍCH HỢP QUY MÔ LỚN “TỪ TRANG TRẠI ĐẾN CỬA HÀNG”

Lợi thế từ quy mô vượt trội thiết lập rào cản gia nhập cao và khó bị sao chép



A. CHUỖI GIÁ TRỊ TÍCH HỢP QUY MÔ LỚN “TỪ TRANG TRẠI ĐẾN CỬA HÀNG”

Bắt đầu từ nguồn nguyên liệu chất lượng cao...



15

Trang trại quy mô lớn

Nguyên
liệu trong
nước

Độc quyền

Với các hộ nông dân



42.000

Con bò thuần chủng và cao sản

90.500

Con bò địa Phương



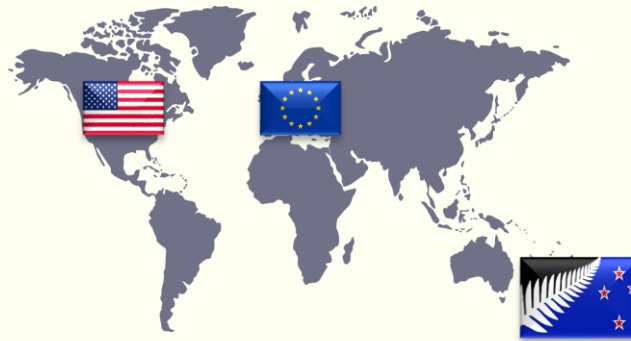
~45%¹

Tự cung cấp

~55%

Nguồn cung bên ngoài

Nguyên
liệu nhập
khẩu



A. CHUỖI GIÁ TRỊ TÍCH HỢP QUY MÔ LỚN “TỪ TRANG TRẠI ĐẾN CỬA HÀNG”

...đến năng lực sản xuất theo tiêu chuẩn quốc tế...

- **Tự động hóa trong nông nghiệp:** cho ăn, làm mát, vắt sữa bằng công nghệ Isarel.
- **Cảm biến trên bò:** theo dõi sức khỏe và năng suất vắt sữa

- **Sữa tươi nguyên liệu** được vận chuyển bằng xe bồn lạnh ở nhiệt độ 2-6°C để đảm bảo chất lượng

- **Dây chuyền sản xuất** công nghệ Đức, Ý, Thụy Sĩ
- **Công nghệ hút chân không** sữa tươi, lưu giữ hàm lượng dinh dưỡng cao

- **Công nghệ đóng gói** từ Tetrapak, Bencopack, và SIG Combibloc

- **Hàng tồn kho và tổn thất hư hỏng** được kiểm soát bằng Oracle
- **Vận chuyển tự động** từ kho thông minh bằng robot LGV

- **Hệ thống dữ liệu bán hàng và quản lý tài chính** được tích hợp



A. Lợi thế quy mô & Chuỗi tích hợp “Từ trang trại đến cửa hàng”

...và hệ thống phân phối đa kênh để tiếp cận mọi người tiêu dùng

Kênh truyền thống



Kênh hiện đại



Cửa hàng Vinamilk và TMĐT



Khách hàng đặc biệt



B. Thương Hiệu Vững Mạnh & Năng Lực Đổi Mới

Thương hiệu được người tiêu dùng ở mọi phân khúc yêu thích

TRẺ EM



HỌC SINH



NGƯỜI TRƯỞNG
THÀNH



NGƯỜI MẸ ĐI LÀM



NGƯỜI LỚN TUỔI



Ông Thọ®

Vinamilk
EST 1976
PROBI™



Vinamilk
EST 1976
GREEN
FARM

Vinamilk®
EST 1976
SỮA HẠT



B. Thương Hiệu Vững Mạnh & Năng Lực Đổi Mới

Tận dụng vị thế ở phân khúc phổ thông để mở rộng sang phân khúc cao cấp

50

Năm trên thị trường

9/10

Gia đình Việt Nam dùng sản phẩm VNM¹

3/4

Ngành hàng dẫn đầu thị trường

1 | SỮA NƯỚC



2 | SỮA CHUA



3 | SỮA ĐẶC



4 | SỮA CÔNG THỨC



5 | KEM & ĐỒ UỐNG KHÁC



B. Thương Hiệu Vững Mạnh & Năng Lực Đổi Mới

Không ngừng cải tiến để đáp ứng các nhu cầu mới

SẢN PHẨM
ĐẶC TRỊ



ĐỒ UỐNG
GIẢI KHÁT



ÍT ĐƯỜNG
ÍT BÉO
CAO ĐẠM



DỊ ỨNG LACTOSE/
HỮU CƠ



C. Quản Trị Doanh Nghiệp & Phát Triển Bền Vững

Hệ thống quản trị theo thực hành tiên tiến

Hội Đồng Quản Trị



Ông NGUYỄN HẠNH PHÚC
Chủ tịch, Thành viên
HĐQT độc lập

Hơn 40 năm kinh nghiệm
quản lý Nhà nước

Bà Mai Kiều Liên
Thành viên HĐQT,
Tổng Giám đốc

Ông Lê Thành Liêm
Thành viên HĐQT,
GĐĐH Khối Tài chính

Ông Michael Chye Hin Fah
Thành viên HĐQT không
điều hành

Ông Vũ Trí Thúc
Thành viên HĐQT không
điều hành

Bà Tongjai Thanachanan
Thành viên HĐQT không
điều hành

Bà Đặng Thị Thu Hà
Thành viên HĐQT không
điều hành

Ông Đỗ Lê Hùng
Thành viên HĐQT độc lập

Bà Tiêu Yến Trinh
Thành viên HĐQT độc lập

Ban Điều Hành



Bà MAI KIỀU LIÊN
TGD, 50 năm tại VNM

**Kỹ sư công nghệ
Chế biến sữa, Nga**
TOP50 nữ doanh nhân
quyền lực nhất Châu Á¹

Bà Bùi Thị Hương
• GĐĐH Khối Hành chính, Nhân sự, Đối ngoại
• 21 năm tại Vinamilk

Ông Lê Thành Liêm
• GĐĐH Khối Tài chính
• 31 năm Vinamilk

Ông Lê Hoàng Minh
• GĐĐH Khối Sản xuất
• 34 năm tại Vinamilk

Ông Đoàn Quốc Khánh
• GĐĐH Khối Phát triển Vùng nguyên liệu
• 28 năm tại Vinamilk

Ông Nguyễn Quốc Khánh
• GĐĐH Khối Nghiên cứu và Phát
Triển
• 38 năm tại Vinamilk

Ông Nguyễn Quang Trí
• GĐĐH Khối Marketing
• 11 năm tại Vinamilk

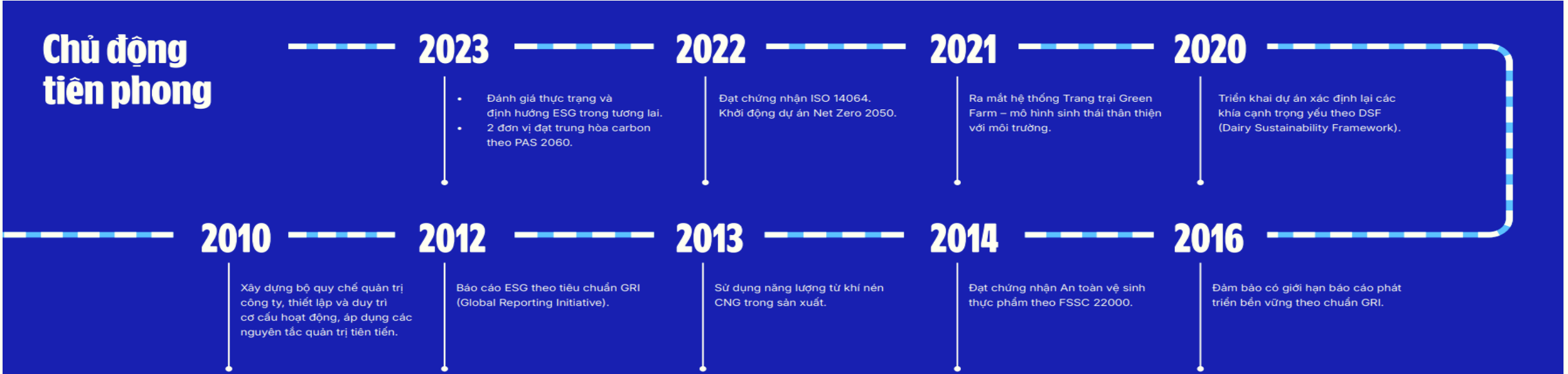
30%
Thành viên HĐQT Độc Lập

40%
Thành viên HĐQT là nữ

04
Ủy Ban Chức Năng trực thuộc HĐQT
Kiểm Toán, Chiến Lược, Lương Thưởng, Nhân Sự

C. Quản Trị Doanh Nghiệp & Phát Triển Bền Vững

Hành trình phát triển bền vững của chúng tôi



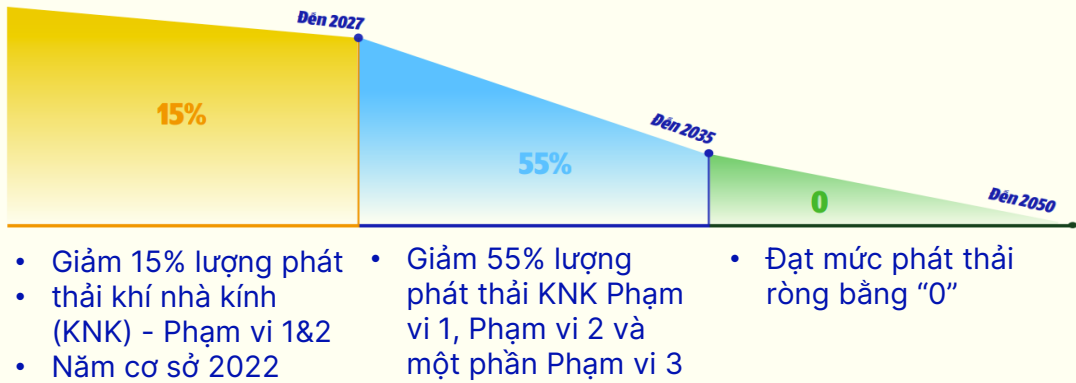
Chuẩn Mục Toàn Cầu



Mục tiêu – Cam kết

- Trở thành 1 trong 30 công ty sữa lớn nhất thế giới.
- Củng cố vị thế dẫn đầu ngành sữa Việt Nam.
- Đi đầu trong đổi mới và sáng tạo.
- Trở thành công ty sữa tạo ra nhiều giá trị nhất tại Đông Nam Á.

Mục tiêu trung hòa phát thải đến năm 2050





04

Chiến Lược & Động Lực Tăng Trưởng

Định Hướng Chiến Lược Cho Tăng Trưởng Bền Vững 2022-2026

Chiến lược then chốt để thúc đẩy phát triển giai đoạn tới

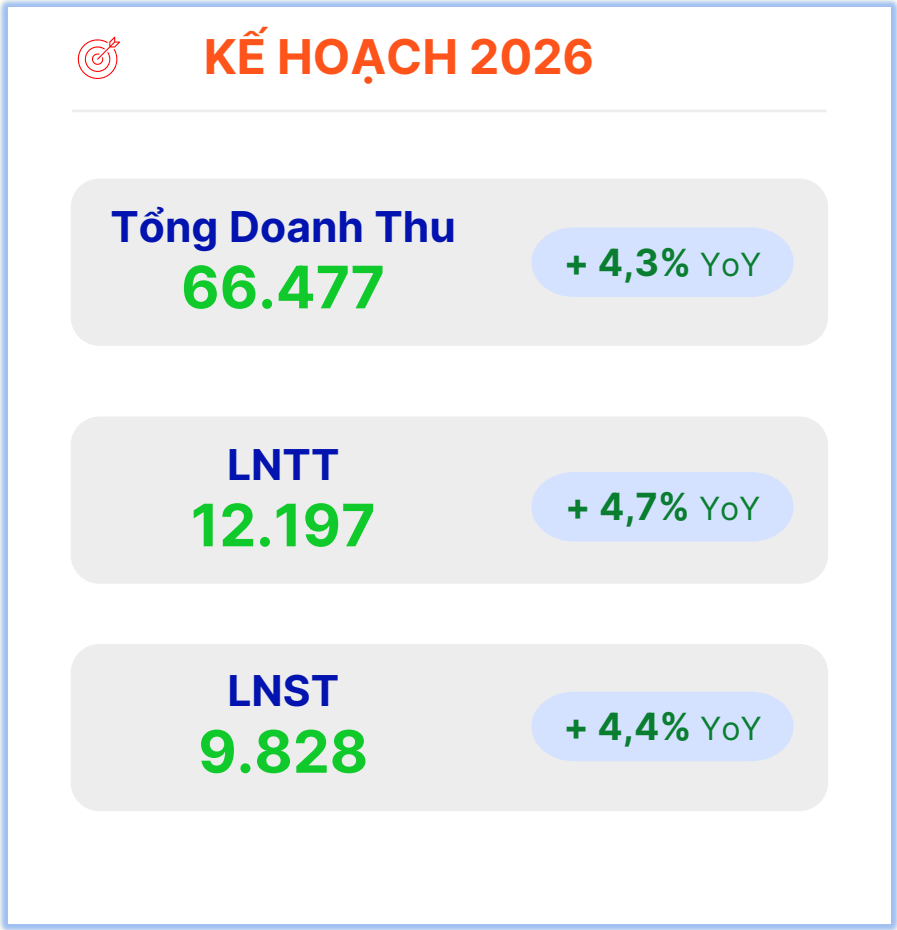
- 01 | 

Tối Ưu Hóa Danh Mục & Đổi Mới
Tinh gọn danh mục sản phẩm và thúc đẩy đổi mới nhằm đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng ngày càng thay đổi
- 02 | 

Mở Rộng Thị Trường & Nâng Tầm Thương Mại
Tăng cường hệ thống phân phối đa kênh, nâng cao hiệu quả triển khai kênh bán và mở rộng hiện diện quốc tế
- 03 | 

Hiệu Quả Vận Hành & Chuyển Đổi Số
Nâng cao năng suất thông qua tự động hóa, ra quyết định dựa trên dữ liệu và tối ưu chuỗi cung ứng
- 04 | 

Năng Lực Tổ Chức & Xây Dựng Thương Hiệu
Nâng cao năng lực lãnh đạo và củng cố giá trị thương hiệu nhằm hỗ trợ tăng trưởng dài hạn



Thị Trường Quốc Tế

Được tin cậy tại 65 quốc gia và vùng lãnh thổ

	CHI NHÁNH NƯỚC NGOÀI DO VINAMILK SỞ HỮU 100%	
	ANGKORMILK	DRIFTWOOD
Đóng góp doanh thu ¹	14,3%	9,7%
Thị trường chính	Campuchia	Hoa Kỳ
Vị thế cạnh tranh	Dẫn đầu ² Ở các thị trường chủ chốt	Thương hiệu sữa 100 năm tuổi với trường học và kênh HORECA
Sản phẩm thương mại	Sữa công thức, Sữa đặc	Sản phẩm sữa

Liên Doanh Mới

JVL – Giá trị cộng hưởng giữa trang trại sữa & kinh doanh thịt bò

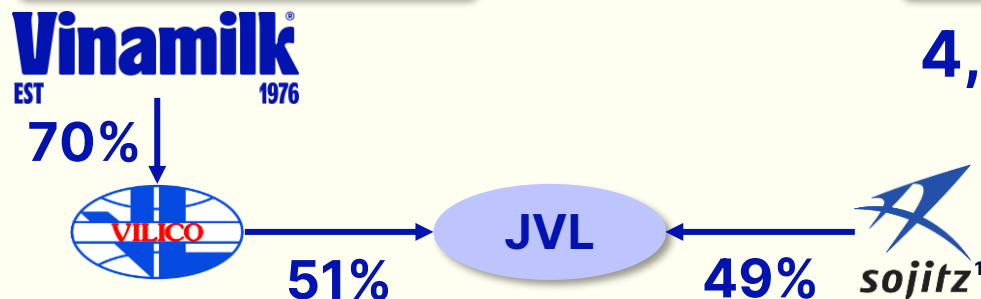
Tiến độ

Nhà máy hoàn thành Q4/2024
Trang trại hoàn thành Q2/2025
Đã bắt đầu phân phối sản phẩm

Lợi thế cạnh tranh

1. Vinamilk: Đàn bò chất lượng cao
2. Villico: Quỹ đất có sẵn
3. Sojitz: Nhiều kinh nghiệm kinh doanh thịt bò

Cơ cấu sở hữu



Sản phẩm chính

Thịt bò mát & thịt chế biến

Tổng vốn góp

3.000 tỷ đồng
(đã góp đầy đủ)

Quy mô thị trường²

4,8 tỷ USD





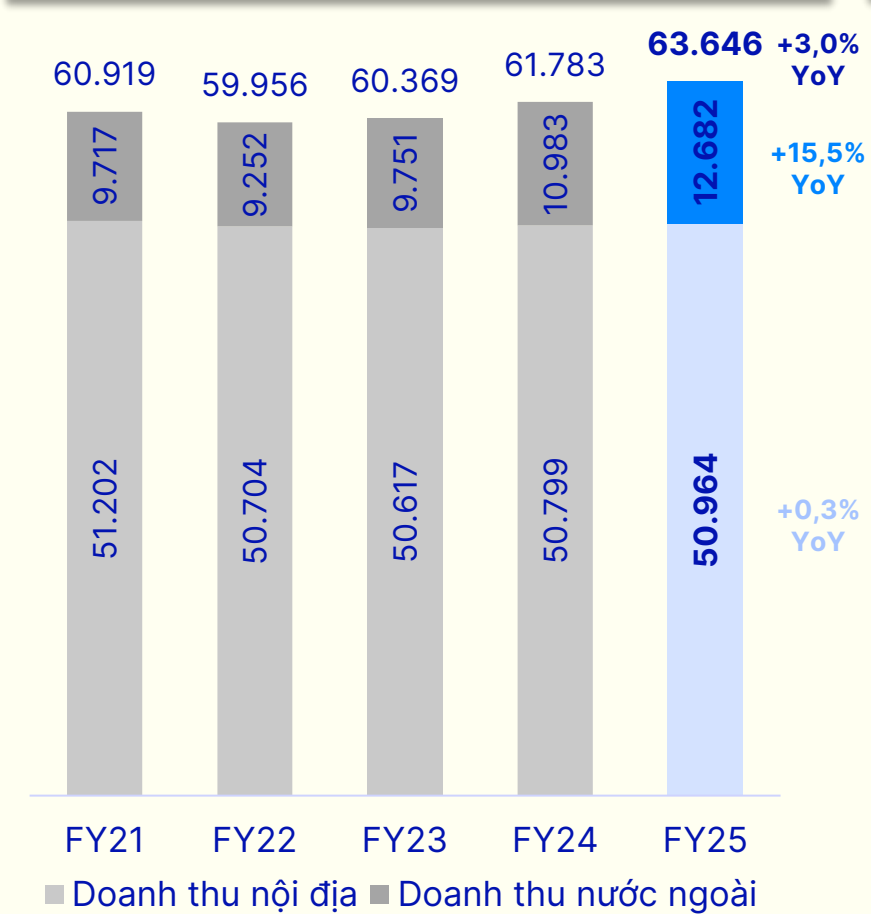
05

Kết Quả Tài Chính & Thu Nhập Cổ Đông

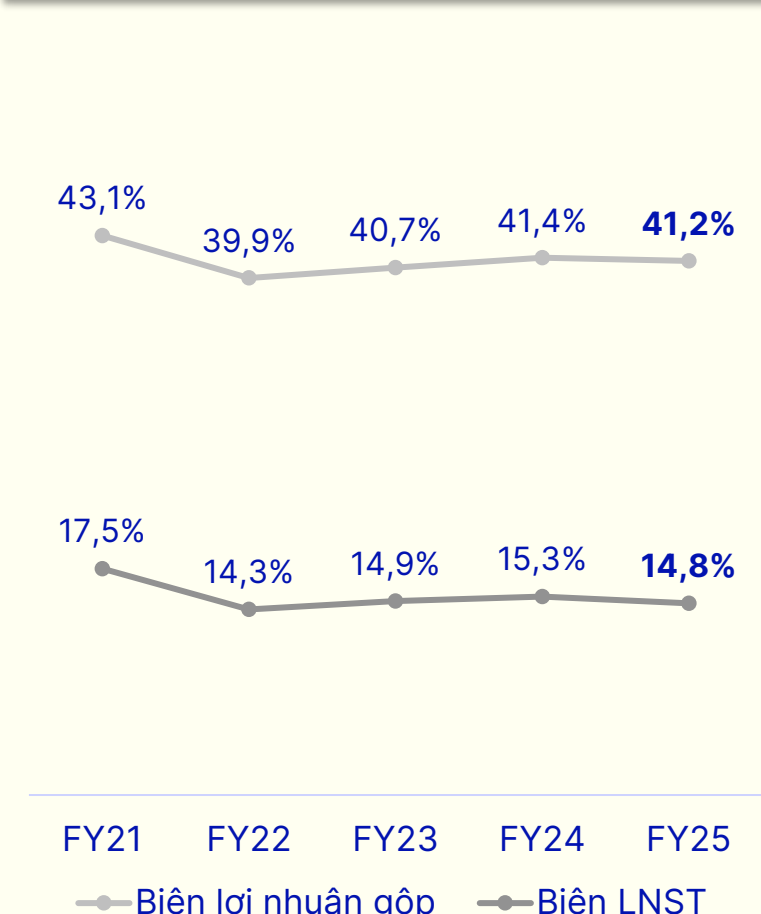
Điểm Nhấn Kết Quả Kinh Doanh

Lợi thế cạnh tranh đảm bảo tăng trưởng ổn định với biên lợi nhuận vượt trội...

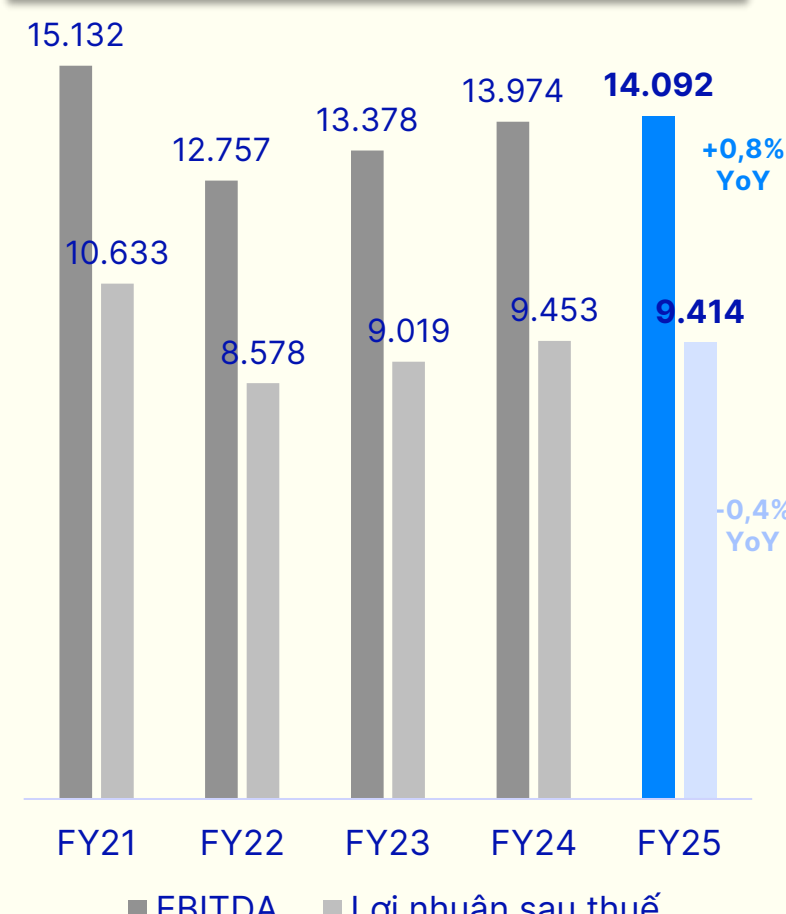
DOANH THU
Vững vàng giữa nhiều thách thức vĩ mô



BIÊN LỢI NHUẬN
Hưởng lợi từ việc tối ưu chi phí



LỢI NHUẬN
Duy trì đà tăng trưởng ổn định gần đây



Kết Quả Mới Nhất

Tóm tắt kết quả kinh doanh Q2 và 6T/2026

Các khoản mục BCTC	Q2/2026	Q2/2025	% tăng/ giảm	6T/2026	6T/2025	% tăng/ giảm
Doanh thu thuần	18.847	16.748	↑ 12,5%	34.996	29.706	↑ 17,8%
- Trong nước	14.516	13.636	↑ 6,5%	26.596	23.668	↑ 12,4%
- Nước ngoài	4.332	3.112	↑ 39,2%	8.400	6.038	↑ 39,1%
Lợi nhuận gộp	8.204	7.005	↑ 17,1%	15.100	12.199	↑ 23,8%
<i>% Biên LNG</i>	<i>43,5%</i>	<i>41,8%</i>	<i>↑ 170 bps</i>	<i>43,1%</i>	<i>41,1%</i>	<i>↑ 200 bps</i>
Lợi nhuận sau thuế	3.184	2.489	↑ 28,0%	5.543	4.076	↑ 38,4%
<i>% Biên LNST</i>	<i>16,9%</i>	<i>14,9%</i>	<i>↑ 200 bps</i>	<i>16,1%</i>	<i>13,7%</i>	<i>↑ 240 bps</i>
EBITDA	4.560	3.825	↑ 12,4%	8.352	6.364	↑ 31,3%
<i>% Biên EBITDA</i>	<i>24,2%</i>	<i>22,8%</i>	<i>↑ 140 bps</i>	<i>23,5%</i>	<i>21,4%</i>	<i>↑ 210 bps</i>
EPS (đồng/cổ phiếu)	1.369	1.046	↑ 30,9%	2.420	1.720	↑ 40,7%
<i>% Hoàn thành kế hoạch doanh thu</i>				<i>52,7%</i>		
<i>% Hoàn thành kế hoạch LNST</i>				<i>57,4%</i>		

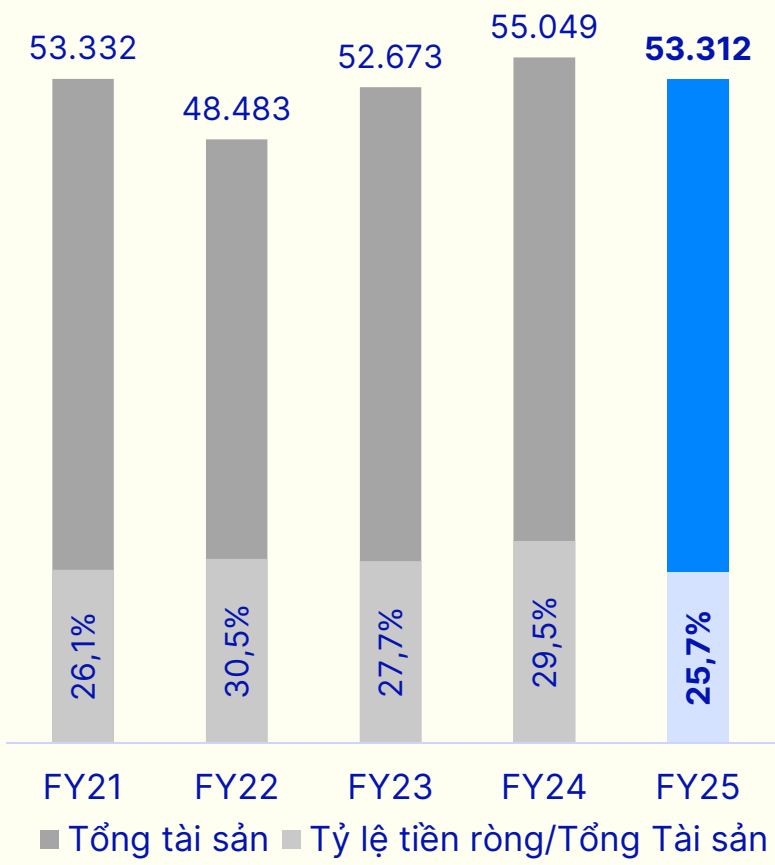
Bảng Cân Đối Kế Toán & Dòng Tiền

...và mang lại thu nhập dồi dào cho các cổ đông

DÒNG TIỀN

Bảng CĐKT khỏe mạnh có thanh khoản cao

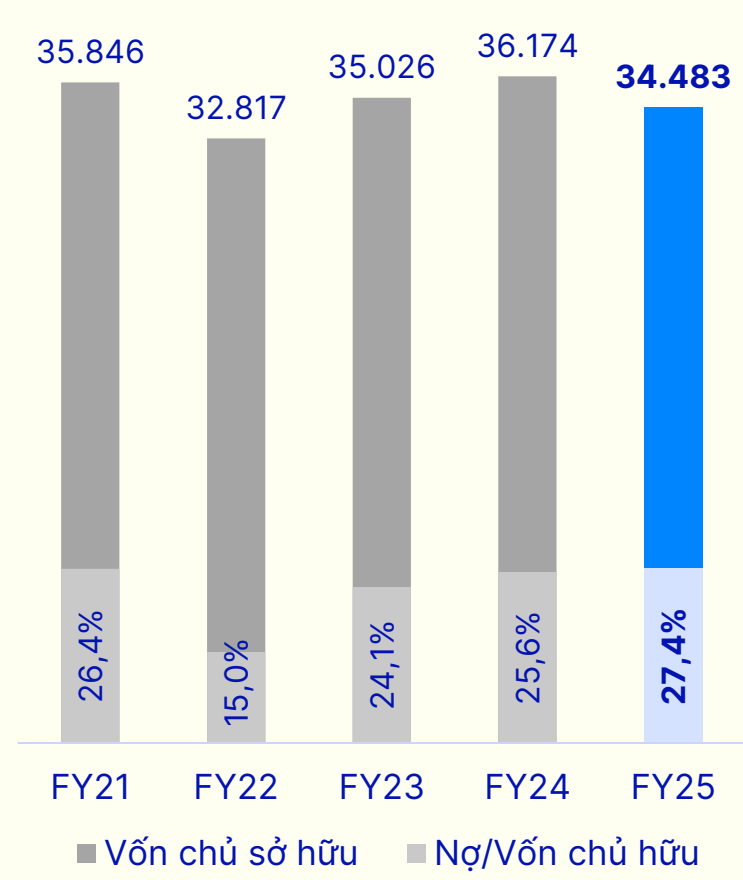
(Năm tài chính kết thúc ngày 31/12)



ĐÒN BẦY TÀI CHÍNH

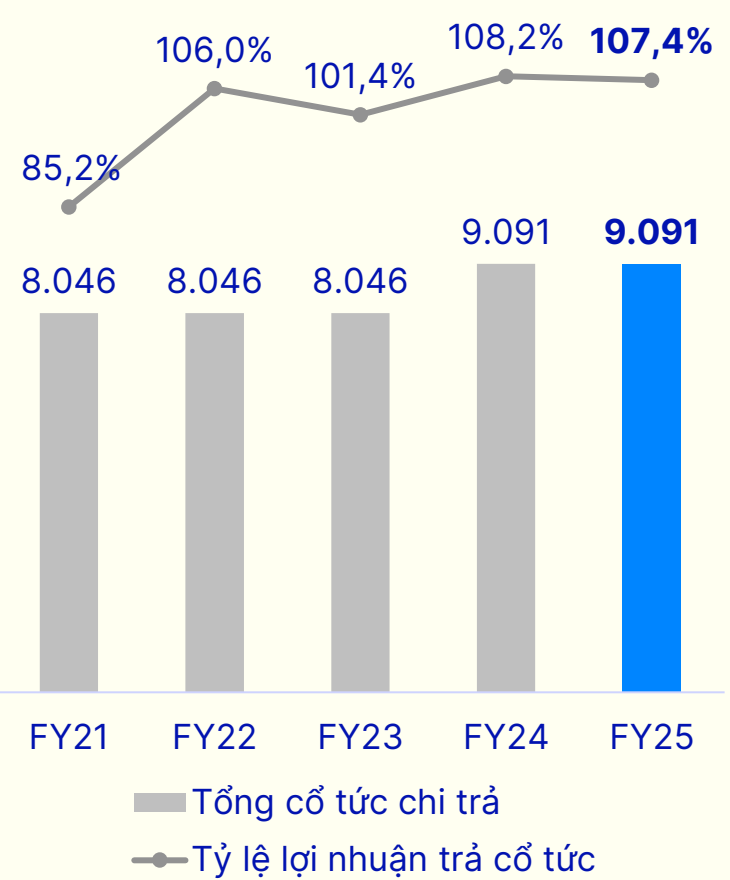
Cơ cấu vốn an toàn

(Năm tài chính kết thúc ngày 31/12)



CỔ TỨC

Chính sách cổ tức cao





Liên hệ

<https://www.vinamilk.com.vn/>



Cổ đông & Quan hệ Nhà đầu tư

*Trần Chí Sơn, Trưởng BP Tài chính/Thư
Kí Công ty*

tcson@vinamilk.com.vn

Phạm Anh Tuấn, Chuyên viên IR

patuan2@vinamilk.com.vn

Media, PR:

Đỗ Thanh Tuấn, Giám đốc PR

dothanhtuan@vinamilk.com.vn

Một số báo cáo trong bài Thuyết trình có thể bao gồm “các nhận định trong tương lai”, bao gồm cả thông tin tài chính dự phóng. Các báo cáo và thông tin tài chính dự phóng này chứa đựng các rủi ro đã biết và chưa biết, các yếu tố không chắc chắn và các yếu tố khác có thể khiến kết quả thực tế, hiệu suất hoặc thành tích của Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam (“VNM” hoặc “Công ty”), hoặc các kết quả ngành, có sự khác biệt trọng yếu so với bất kỳ kết quả, hiệu suất hoặc thành tích nào trong tương lai được thể hiện hoặc ngụ ý bởi các báo cáo và thông tin tài chính dự phóng. Các báo cáo và thông tin tài chính dự phóng dựa trên nhiều giả định liên quan đến chiến lược kinh doanh hiện tại và tương lai của VNM và môi trường mà VNM sẽ hoạt động trong tương lai. Vì những báo cáo và thông tin tài chính này phản ánh quan điểm hiện tại của VNM về các sự kiện trong tương lai, những báo cáo và thông tin tài chính này có chứa đựng rủi ro, sự không chắc chắn và các giả định. Kết quả thực tế trong tương lai có thể khác biệt trọng yếu với các báo cáo và thông tin tài chính dự phóng này.

VNM từ chối mọi nghĩa vụ hoặc cam kết phát hành công khai bất kỳ cập nhật hoặc sửa đổi nào đối với bất kỳ tuyên bố hoặc thông tin tài chính dự phóng được đề cập trong bài Thuyết trình này để phản ánh bất kỳ thay đổi nào trong các kỳ vọng của VNM đến bất kỳ thay đổi nào trong các sự kiện, điều kiện hoặc hoàn cảnh mà các tuyên bố hoặc thông tin được dựa trên.

Bài Thuyết trình này bao gồm dữ liệu thị trường và ngành và dự báo thu được từ khảo sát nội bộ, báo cáo và các nghiên cứu phù hợp, cũng như nghiên cứu thị trường, thông tin có sẵn công khai và các ấn phẩm ngành. Các ấn phẩm ngành, khảo sát và dự báo nhìn chung nói rằng thông tin họ cung cấp được lấy từ các nguồn được cho là đáng tin cậy, nhưng không thể đảm bảo tính chính xác hoặc đầy đủ của thông tin được sử dụng. Mặc dù VNM đã thực hiện các bước hợp lý để đảm bảo rằng thông tin được trích xuất chính xác và trong bối cảnh phù hợp, nhưng VNM chưa xác minh độc lập bất kỳ dữ liệu nào từ các nguồn của bên thứ ba hoặc xác định các giả định kinh tế cơ bản liên quan.